

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Usaha mikro kecil menengah atau UMKM tentunya memiliki strategi khusus untuk lebih berkembang dengan baik, dalam dunia bisnis persaingan kini semakin ketat, untuk para pembisnis hendaknya menerapkan strategi yang lebih baik untuk dapat mempertahankan usahanya, oleh karna itu pengusaha harus bersikap jeli dan bersikap kritis dalam memanfaatkan peluang bisnis sehingga membuat perusahaan lebih baik dalam melaksanakan strategi pemasaran.

Perkembangan UMKM Indonesia terus meningkat dari segi kualitasnya, hal ini dikarenakan dukungan kuat dari pemerintah dalam pengembangan yang dilakukan kepada pegiat usaha UMKM, yang mana hal tersebut sangat penting dalam mengantisipasi perekonomian ke depan serta menjaga dan memperkuat struktur perekonomian nasional. adanya revolusi digital 4.0, membuat banyak perubahan kepada UMKM Dimana adanya pergeseran gaya belanja konsumen dari offline ke online.

Oleh sebab itu penting bagi calon UMKM atau wirausaha skala UMKM memiliki wawasan yang cukup. peranan UMKM di Indonesia pun menjadi salah satu pengaman ekonomi di Indonesia. Pergerakan perkembangan UMKM selama 5 tahun terakhir terus mengalami peningkatan. Hal ini bisa di lihat dari data yang ada, UMKM di Indonesia 5 tahun terakhir meningkat dari **57,8% menjadi 61% ([Http://Store.sirclo.com](http://Store.sirclo.com))**. Industri obat tradisional, khususnya yang dikelola oleh usaha mikro kecil menengah (UMKM), memiliki dampak ekonomi sosial yang besar sehingga sangat layak diberi kesempatan dan difasilitasi untuk berkembang. Selain berdampak ikut mengembangkan budaya Indonesia dari tradisional ke internasional, UMKM jamu dan herbal juga turut andil mewujudkan kesehatan bangsa.

Selain itu, UMKM Herbal terutama walya herbal juga sering mengalami kesulitan dalam memasarkan produk mereka meskipun sudah memiliki produk yang berkualitas, namun tanpa strategi pemasaran yang tepat produk herbal tersebut akan sulit dikenal oleh masyarakat hal ini bisa menyebabkan penjualan yang rendah dan membuat bisnis

herbal sulit untuk dikembangkan, Walya Herbal tersebut juga memiliki keterbatasan sumber daya Manusia menjadikan kurangnya tenaga ahli dalam menghandel segala kegiatan produksi, Setiap usaha atau UMKM selalu memiliki kekurangan begitupun dengan walya herbal,yaitu terkait dengan pemasaran, dan koneksi internet

Walya Herbal memiliki Strategi di yang disusun. untuk membantu memecahkan masalah dan membantu perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah di tetapkan pengusaha. Walya Herbal juga telah mempertahankan eksistensinya ditengah pesaingan produk herbal lainnya, namun para pesaing herbal lainnya memiliki strategi tersendiri yang selalu dievaluasi dari waktu ke waktu agar tetap bertahan didalam lingkup penjualan, Walya Herbal menggunakan strategi dengan cara kekeluargaan sehingga pelanggan – pelanggannya nyaman ketika akan membeli produk herbal tersebut, dan strategi tersebut sangat menarik para pembeli untuk bisa membeli kembali produk. Walya Herbal juga menawarkan harga distributor, reseller, dan end user. Packaging walya menggunakan botol kaca sehingga lebih terlihat mewah dan menarik. Seperti pembelian 3 Botol bisa mendapatkan harga reseller lebih dari 3 botol bisa mendapatkan harga distributor.

**Tabel 1.1 Data Penjualan Walya Herbal Tahun 2021 – 2023**

Tahun	Jumlah Barang	Pendapatan	
2021	32 Botol	Rp	3.995.000
2022	22 Botol	Rp	2.732.000
2023	44 Botol	Rp	5.855.000
Total		Rp	12.582.000

Sumber :Walya Herbal tahun 2023

Dari data di atas Walya Herbal mengalami fluktuasi penjualan pada bulan November 2022, lalu di bulan Desember 2022 walya herbal mulai menstabilkan penjualan lalu di Bulan Januari 2023 walya herbal mulai naik di penjualan dan semakin naik. Dari data Di atas kita mengetahui penurunan sampai penaikan yang signifikan dari produk Walya Herbal tersebut. Maka dari itu penulis ingin melaksanakan penelitian Dengan judul “**Analisis strategi pemasaran usaha pada usaha walya Herbal**”.

penulis ingin menganalisis strategi yang bisa di terapkan oleh walya herbal Cukup baik, serta strategi yang perlu di lakukan oleh walya herbal bisa menghadapi persaingan yang sedang di hadapi saat ini.

### **1.2 Identifikasi masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang dapat di identifikasi sebagai berikut :

1. Koneksi internet lambat ,koneksi internet menjadi komponen yang penting untuk promosi online tanpa komponen ini usaha tidak akan berjalan
2. Persaingan yang sangat ketat, di era gencar gencarnya penjualan herbal – herbal lain dengan strategi pemasaran yang sangat baik
3. Kurangnya pengetahuan tentang kekurangan, kelebihan, peluang serta ancaman yang di miliki oleh UMKM
4. Kurangnya sumber daya manusia
5. Kendala dalam pengiriman karena menggunakan botol kaca

### **1.3 Batasan Masalah**

Melihat permasalahan di atas maka penulis mebatasi penelitian ini pada alternatif strategi Pemasaran di UMKM Walya Herbal,dan penelitian di lakukan pada bulan maret sampai dengan bulan april 2023. Pemilihan lokasi ini di karnakan terkait izin dalam memperoleh data dan informasi peneliti.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Dari penjelasan latar belakang yang di temukan di atas, maka yang menjadi rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran apa saja yang harus di lakukan walya herbal selain promosi online?
2. Faktor apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan yang di miliki oleh walya herbal?
3. Faktor apa saja yang menjadi peluang dan acaman yang di hadapi UMKM walya herbal?
4. Apa saja yang harus diperbaiki oleh UMKM walya herbal?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Sesuai yang dijabarkan dalam latar belakang, maka tujuan yang akan diraih dalam penelitian antara lain :

1. Mengidentifikasi kekuatan yang dimiliki serta peluang dan ancaman yang dihadapi UMKM Walya Herbal
2. Mengidentifikasi kelemahan yang dimiliki serta peluang dan ancaman yang dihadapi UMKM Walya Herbal
3. Menganalisis strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh UMKM Walya Herbal
4. Menganalisis efektivitas strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh UMKM Walya Herbal dengan melihat peningkatan penjualan, pangsa pasar, dan loyalitas pelanggan

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dapat memberikan manfaat dengan sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan  
Penelitian ini dapat memberikan bahan masukan dan informasi yang berguna bagi UMKM Walya Herbal
2. Bagi Penulis  
Manfaat penelitian ini bagi penulis adalah untuk memperluas wawasan penulis khususnya mengenai strategi pemasaran dan pengembangan UMKM Walya Herbal
3. Bagi Peneliti selanjutnya  
Penelitian ini jadi bahan referensi atau masukan bagi penelitian dimasa yang akan datang.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan pemahaman, maka penulis membaginya kedalam lima Bab. Adapun pokok yang di bahas pada bab tersebut di kemukakan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

## BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menguraikan teori dan literature yang mendukung pemecahan masalah penelitian yang relevan .

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang lokasi penelitian, Jenis dan sumber data, teknik dan metode pengumpulan data serta analisis data

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini memuat sejarah singkat dirinya perusahaan, kegiatan, aktivitas dan perusahaan serta struktur organisasi perusahaan dan menguraikan mengenai analisis dari hasil penelitian yang dilakukan.

## BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menjelaskan tentang rangkuman pembahasan dari Bab sebelumnya dalam suatu kesimpulan penelitian dan berisikan saran yang bermanfaat bagi pihak terkait (perusahaan)

## DAFTAR PUSTAKA

Pada bab ini berisikan tentang berbagai buku dan jurnal yang untuk digunakan dalam penelitian.